

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2006-59

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Haapalainen, Heidi			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Muutosorganisaation viestintä suhteessa työmotivaatioon			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2006-02-06	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 90
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkielmassani yhdistyvät organisaatio, muutos ja motivaatio. Tutkimuskysymykseni kuuluu: miten eri teorialat näkevät viestinnän vaikutuksen työmotivaatioon muutosorganisaatiossa. Tutkielmani on teoreettinen. Lähestyn tutkimuskohdettani kolmen eri teoreettisen kehyksen kautta: organisaatiokulttuuri-, muutos-, ja motivaatioteorian. Pyrin vastaamaan tutkimuskysymykseeni tarkastelemalla eri teorioita ja erilaisia näkemyksiä organisaatiokulttuurista, muutoksesta ja motivaatiosta.</p> <p>Tutkielmani aloitan tarkastelemalla viestintää. Tutkielmassani näen viestinnän sekä vuorovaikutuksellisenä että merkitystä luovana prosessina. Viestinnän määriteltyäni tarkastelen organisaatiokulttuuriteorioita ja käsittelen muun muassa kahta uuden ajan organisaatiomallia: Aulan täysverisen organisaation mallia (2000) ja Sydänmaanlakan älykkään organisaation mallia (2001). Organisatio-kulttuurista siirryn tarkemmin muutokseen ja erilaisten muutosteorioiden tarkasteluun. Tarkasteltuani muutosta yleisenä ilmiönä kiinnitän huomioni muun muassa Lewinin (1966) ja Levyn ja Merryn (1986) kehittämiin muutosmalleihin. Näiden teorioiden ja eri näkemysten kautta tarkastelen sitä, miten muutos organisaatiossa etenee ja mitä henkisiä ja fyysisiä voimavaroja muutoksen eri vaiheet yksilössä aktivoivat. Muutoksen jälkeen perehdyn motivaatioon ja motivaatioteorioihin. Motivaatioteorioista tarkastelen muun muassa klassisia teorioita, kuten Herzbergin kaksifaktoriteoriaa (1966), Vroomin odotusarvoteoriaa (1964) ja Locken päämääräteoriaa (1968). Uudempana motivaatioteorianä perehdyn Fordin motivoivien järjestelmien teoriaan (1992).</p> <p>Tutkielmani osoittaa, että muutostilanteessa viestinnän merkitys on organisaatiossa erityisen tärkeä. Ensimmäiseksi organisaation viestintä kertoo paljon siitä, millainen kulttuuri organisaatiossa vallitsee. Innovatiivisella ja dynaamisella organisaatiolla on hyvät valmiudet kohdata muutos. Toiseksi perusteellisella ja tehokkaalla viestinnällä on suuri vaikutus muutoksen onnistuneeseen läpiviennissä. Kolmanneksi kannustava ja merkitystä luova viestintä ovat tärkeä tekijä työntekijöiden motivaation syntymisen ja ylläpidon kannalta. Neljänneksi voidaan sanoa, että hyvin hoidettu viestintä vaikuttaa sekä työntekijän että koko työyhteisön hyvinvointiin.</p> <p>Muutostilanteessa viestinnän olemukseen tulee kuitenkin kiinnittää huomiota. Mikä tahansa viestintä ei ole tehokasta ja työntekijöitä motivoivaa viestintää. Muutostilanteessa viestinnän tulee olla nopeaa, tyhjentävää ja avointa. Viestinnän avulla on tärkeää perustella muutos sekä luoda työntekijöille turvallinen ja kannustava työilmapiiri. Tällöin viestinnällä voidaan nähdä olevan vaikutusta myös työmotivaatioon. Motivoitunut työntekijä tuntee oman työnsä organisaatiossa arvokkaaksi. Hän on sitoutunut organisaation päämääriin ja selviää siten helpommin myös organisaation kohtaamista muutoksista.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords muutos - organisaatiot motivaatio - työmotivaatio organisaatioviestintä organisaatiokulttuuri organisaatiokäyttäytyminen			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			